

КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ СТОИМОСТЬЮ КОРПОРАЦИИ

Мальцевич Валерий Минович, к.э.н., доцент,

Белорусский государственный университет

Maltsevich Valery, PhD, Belarusian State University, v_maltsevich@mail.ru

Мальцевич Наталья Викторовна, к.э.н., доцент,

Белорусский государственный экономический университет

Maltsevich Natalia, PhD, Belarusian State University of economics,

tasha_osn@mail.ru

Аннотация: для эффективного функционирования отечественных корпоративных структур необходимо формирование объективных условий для перехода от традиционно-

го управления к управлению на основе концепции управления стоимостью компании (Value Based Management).

Ключевые слова: стоимость, корпорация, рыночная капитализация, концепция управления стоимостью, эффективность управления.

Изменившиеся экономические условия диктуют необходимость использования новых методов в управлении компанией, воздействие которых будет направлено, прежде всего, на рост рыночной капитализации. Опыт стран с развитой рыночной экономикой показывает, что именно концепция управления стоимостью (Value Based Management) является тем механизмом, который эффективно применяется для воздействия на показатель рыночной капитализации.

Следствием реализации концепции является то, что крупнейшие транснациональные корпорации по уровню капитализации стали значительно превосходить валовой внутренний продукт национальных экономик многих стран мира (рис.1).

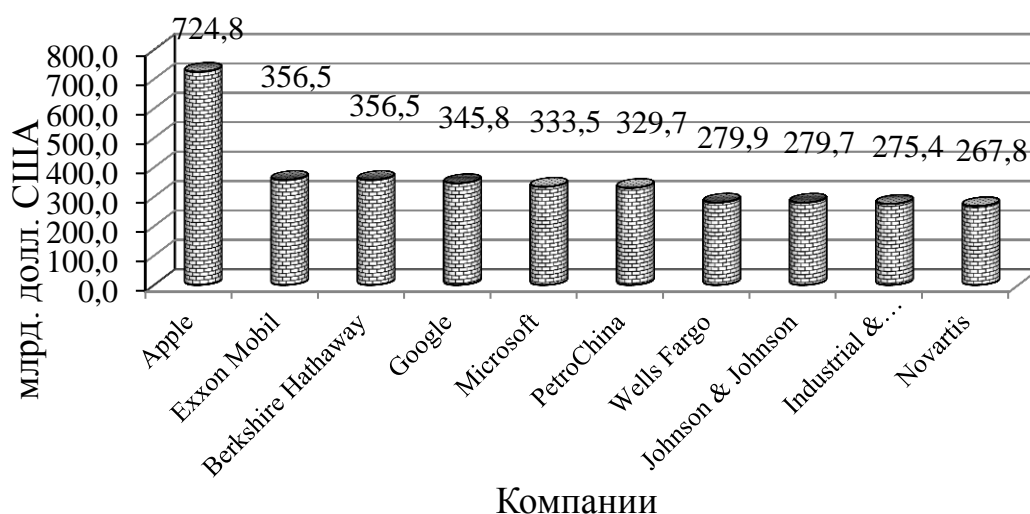


Рисунок 1 – Капитализированная стоимость 10 крупнейших компаний мира по состоянию на март 2015 г. [1]

Рассматривая управление стоимостью компании, как процесс, следует отметить, что он представляет собой разработку и принятие системы стратегических управленческих решений, ориентированных на максимизацию рыночной стоимости компании. Основным положением концепции управления стоимостью является утверждение о том, что управление компанией должно быть направлено на сохранение настоящей и создание ее будущей стоимости. Таким образом, целевым управленческим показателем становится не прибыль и не рентабельность, а прирост капитализированной стоимости компании [2].

Способность компании как единого механизма выявлять и эффективно использовать имеющиеся возможности для наращивания капитализированной стоимости становится источником конкурентного преимущества. При этом стоимость бизнеса оценивается его способностью генерировать денежные потоки, достаточные для удовлетворения ожиданий инвесторов.

Составными частями стоимостного подхода выступают идеология, принципы и процессы (рис.2). Идеология, как совокупность системно упорядоченных взглядов, задает вектор направленности развития и совершенствования концепции управления стоимостью. Принципы, как основные исходные положения, дают базу для обоснованного оценивания альтернатив. Принцип максимизации стоимости сам по себе ничего не говорит о том, в каком направлении должен развиваться бизнес и какую стратегию он должен взять на вооружение. Принцип максимизации стоимости задает единую проекцию для оценивания результатов и единую шкалу для измерения успеха на пути реализации стра-

тегии. Процесс, как устойчивая и целенаправленная совокупность взаимосвязанных действий, определяет эффективность организации в реализации стратегии и достижении поставленных целей, направленных на рост рыночной капитализации корпорации.

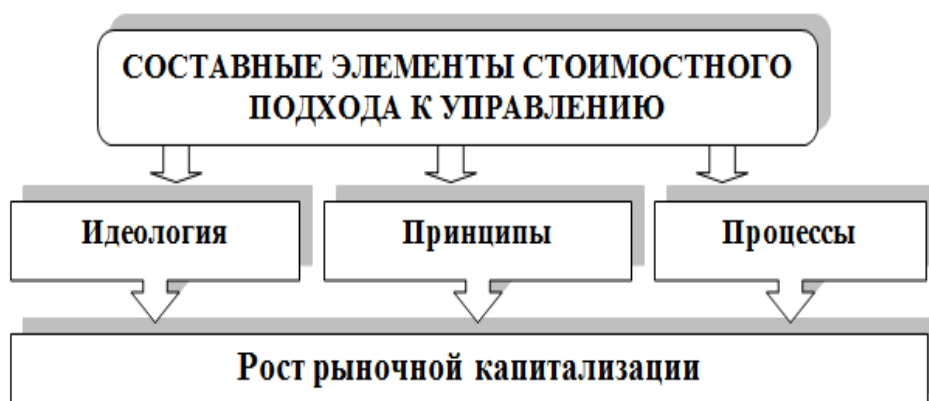


Рисунок 2 – Методы оценки эффективности корпоративного управления.

Реализация стоимостно–ориентированного управления, наряду с параллельным становлением рынка ценных бумаг, является весьма актуальной для экономики Республики Беларусь, так как капитализированная стоимость крупнейших отечественных корпораций существенно уступает ведущим корпорациям мира.

Изучение опыта функционирования крупнейших мировых корпораций свидетельствует о том, что при реализации концепции управления стоимостью выделяют пять основополагающих элементов системы стоимостного управления (рис. 3).

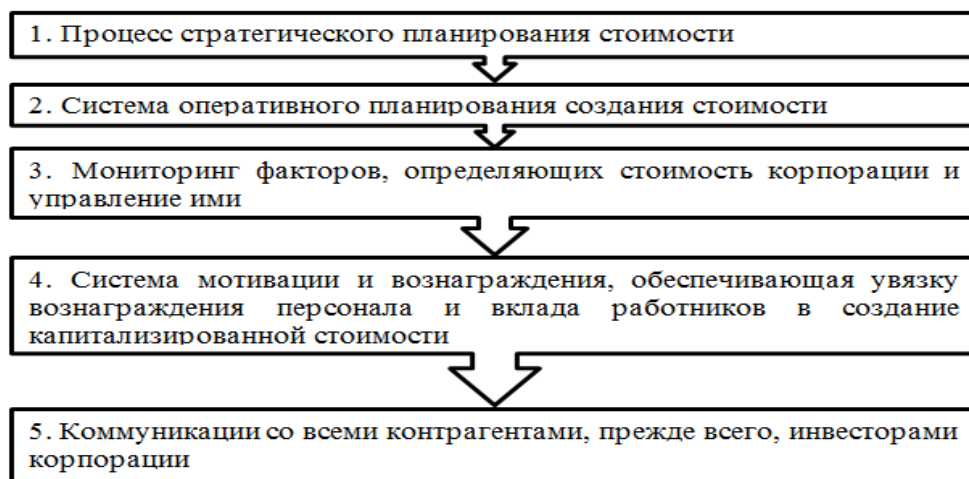


Рисунок 3 – Элементы процесса стратегического планирования стоимости

При формировании концепции управления стоимостью следует исходить из того, что для акционеров (владельцев) предприятий и организаций главным является прирост их благосостояния, в результате функционирования объектов владения. При этом, в современных корпорациях финансовое состояние собственников формируется из двух составляющих: текущих доходов (дивидендов) и доходов от капитализации стоимости корпоративной структуры (рост рыночной стоимости акций). Очевидным является тот факт, что второй источник вносит более существенный вклад в прирост совокупного состояния инвесторов.

Внедрение системы управления стоимостью является достаточно продолжительным и технически сложным процессом, который включает следующие основные этапы.

Первый этап: определение точки отсчета. Определение стоимости организации является первым этапом формирования концепции управления стоимостью компании. При этом следует отметить, что берется ближайшая отчетная дата и на эту дату определяется стоимость компании. В процессе разработки окончательной оценочной модели в нее могут быть внесены поправки и уточнения.

Второй этап: определение основных факторов стоимости. На стоимость компании оказывает влияние совокупность различных факторов. Их можно разделить на две группы: внешние факторы (факторы, возникающие независимо от волеизъявления менеджмента компании) и внутренние (факторы, связанные с действиями менеджмента, отраслевой спецификой самого предприятия).

Третий этап: создание системы оценки оперативных и стратегических управленческих решений. Ориентация менеджмента компании на прирост стоимости предполагает наличие соответствующего инструмента, дающего возможность определять характер и степень воздействия того или иного решения на уровень благосостояние собственников и других заинтересованных лиц. Данным инструментарием должно владеть как высшее звено руководства, так и менеджеры среднего и низшего уровня. Следует отметить, что система оценки не позволит полностью исключить элемент субъективности в принимаемых решениях, но, в то же время, субъективность будет направлена на достижение конкретных показателей, приводящих к повышению уровня капитализации компании.

Четвертый этап: анализ вклада подразделений в стоимость компании. Диверсифицированные компании занимаются производством и реализацией более чем одного вида товаров и услуг. В целях оценки вклада тех или иных товарных групп в стоимость компании различные производства рассматриваются как бизнес единицы. Для каждой бизнес-единицы определяются актуальные факторы стоимости и анализируются результаты их экономической деятельности. На данном этапе также выявляются бизнес-единицы «создающие» и «разрушающие» стоимость. Если бизнес-единица разрушает стоимость компании, необходимо принять решение либо о разработке системы мероприятий, позволяющих сделать подразделение доходным, либо о продаже подразделения другой компании или ликвидации подразделения.

Пятый этап: подготовка отчета с позиции управления стоимостью. Информация о результатах деятельности корпорации, учитывающая требования концепции управления стоимостью предоставляется заинтересованным лицам. Взаимодействие с заинтересованными сторонами должно быть построено на условиях максимального уровня прозрачности корпорации, предполагающего создание достоверной стратегической публичной отчетности. Данная информация, может включаться отдельным блоком в отчет для акционеров, а также быть постоянным спутником промежуточных докладов для владельцев компании и потенциальных инвесторов компании. При этом следует обратить внимание на то, что, в отличие от классического коммуникационного взаимодействия между контрагентами, специальные программы коммуникаций с инвесторами строятся на актуальной информации о ведущих факторах формирования капитализированной стоимости корпорации и о комплексе мер, направленных на ее рост, а также на выявление и нейтрализацию вероятных негативных факторов.

Таким образом, стоимостной подход к управлению отличается от традиционного управления на основе анализа финансовых результатов за период и их сопоставления с аналогичными показателями в прошлом тем, что, согласно концепции управления стоимостью, менеджмент переходит к долгосрочному прогнозу денежных потоков и непрерывному мониторингу опережающих нефинансовых индикаторов. Главной целью является максимизация капитализированной стоимости компании, а отличительной чертой направленности корпоративного управления – нацеленность в будущее.

Список использованных источников:

1. FT Global 500 2015. [Электронный ресурс] / <http://www.ft.com/cms/s/2/a352a706-16a0-11e5-b07f-00144feabdc0.html#axzz43Xumzpit> – Дата доступа: 12.03.2016.

2. Мальцевич, В.М. Управление стоимостью корпорации. / В.М. Мальцевич // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы: сборник трудов IX международной научно–практической конференции, УО – Полесский государственный университет, г. Пинск, 22 мая 2015 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: К.К. Шебеко [и др.]. – Пинск: ПолесГУ, 2015. – С. 117–119.